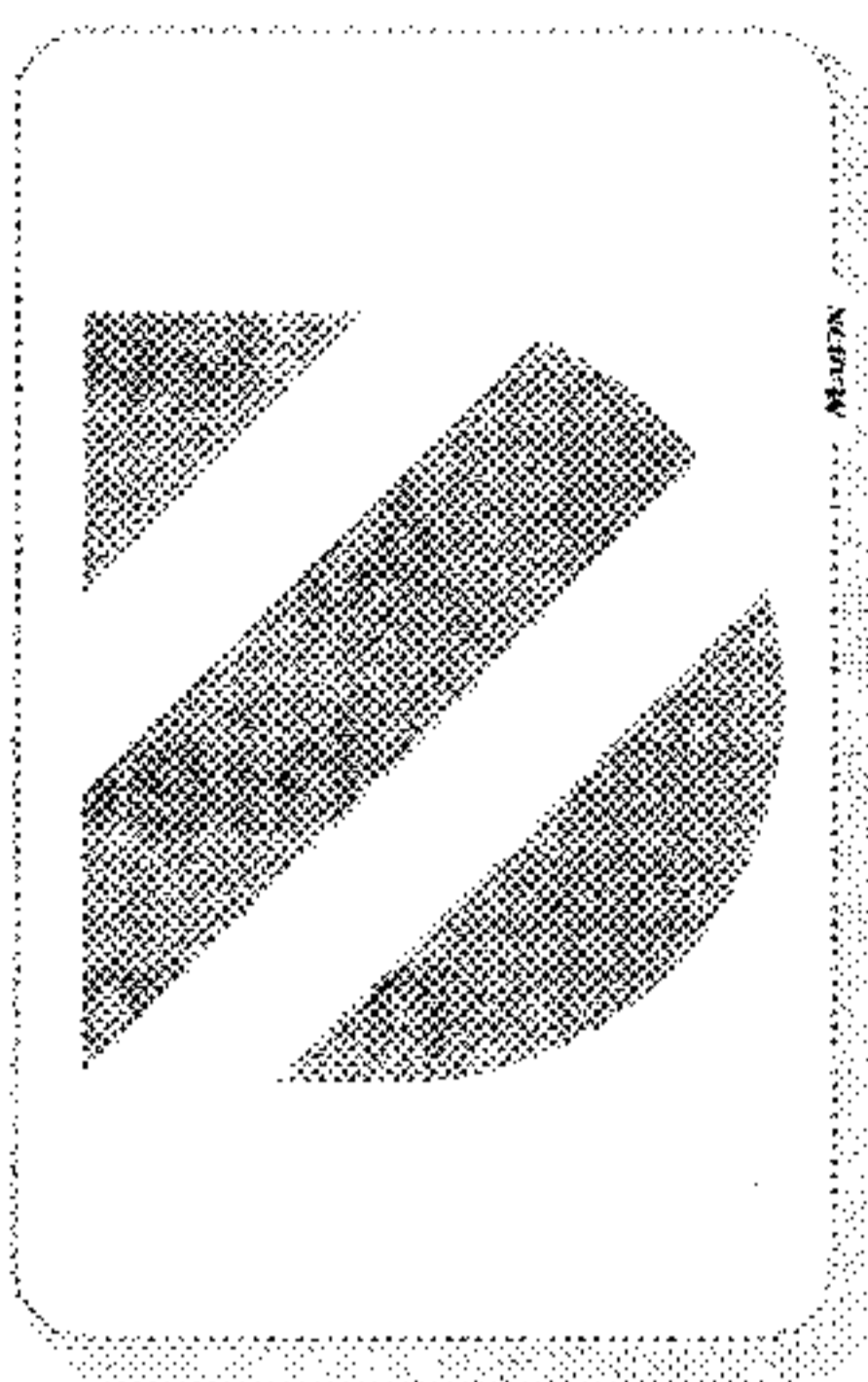
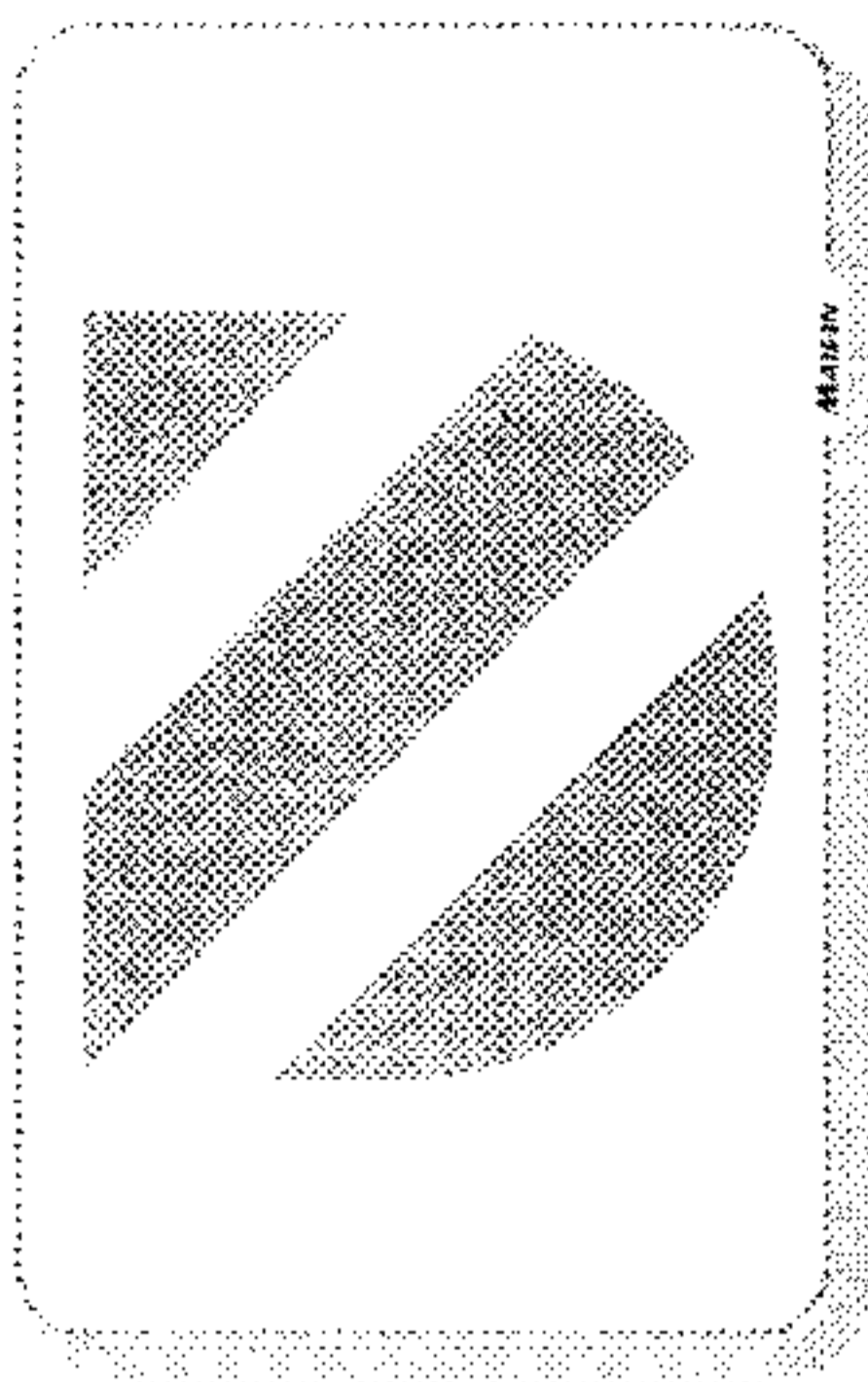


TELECOM E MEDIA, ADDIO ALLE VACCHE MAGRE



George Soros
PAGG. 10-11

IN COLLABORAZIONE CON **Bloomberg**
**BORSA
& FINANZA**



Da vendersi in abbinamento obbligatorio
con Finanza&Mercati7
(BRF € 3,00 + FAM7 € 2,00)

POSTE ITALIANE SPA - SPEDIZ. IN A.P. D.L. 353/03 ED. NOV. L. 46/04 ART. 1 COMMA 1, D.D. NO. 4162
NUMERO 680

SABATO 10 MAGGIO 2007

Fr. 59,700

Borsa&Finanza
Finanza&Mercati7
5,00 euro

ANSALDO STS

A PAG. 22

SHOPPING IN VISTA NEL SEGNALAMENTO

NUOVE STAR

A PAG. 24

AL VIA LE IPO DI MUTUIONLINE E ZIGNAGO VETRO



Pier Silvio Berlusconi
vicenzo. Di Noia/Ansa

DOPO ENDEMOL

Mediaset diventa una fabbrica
di programmi. E già nel 2007
l'eps ne trarrà beneficio

A PAG. 16


Corrado
Passera

Alessandro
Profumo

INTESA SANPAOLO vs UNITALIA

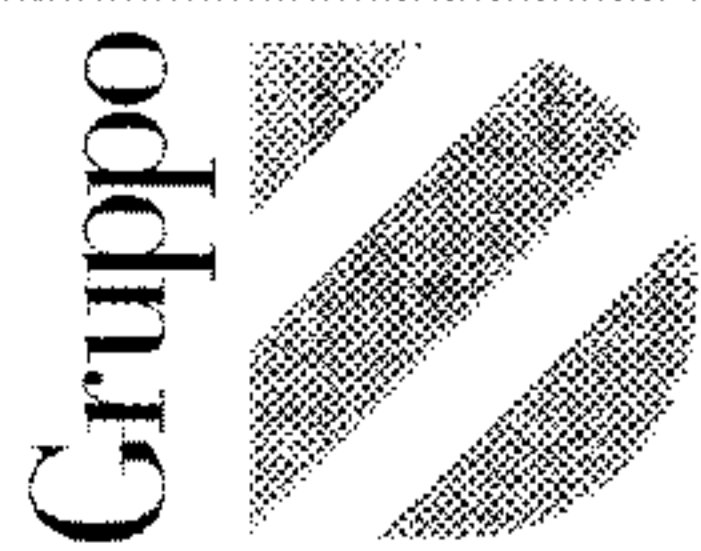
**CHI VINCERÀ
IL DERBY
DEL CREDITO**

Per i big il risiko in Italia
è finito. Ora la partita si gioca
sui mercati internazionali,
dove Profumo, secondo un
sondaggio tra gli operatori,
è in vantaggio

INTESA  SANPAOLO

 UniCredit

ISSN 1594-168X 70680
9 771594 168001



Banco Desio

Cresce il web a Piazza Affari Arriva sullo Star MutuiOnline

Il presidente Pescarmona: «Scommettiamo sulle potenzialità dei canali di distribuzione a distanza». Il flottante post Ipo sarà il 35% dell'intero capitale

JACOPO DETTONI

La futura matricola MutuiOnline è pronta a prendere il largo sul segmento Star di Borsa Italiana. Sono due i principali business del gruppo: l'attività di intermediazione sul mercato dei mutui (mutuonline.it) e del credito al consumo (prestitutionline.it); la gestione in outsourcing (business process outsourcing, Bpo) dei processi amministrativi inerenti l'accensione di un mutuo e la cessione del quinto dello stipendio. Un modello che, nel 2006, ha generato ricavi per 21,8 milioni di euro, 12,7 dei quali sono riconducibili all'attività di brokeraggio (commissioni oltre l'1% dei crediti erogati dai clienti), mentre per i residui 9,1 milioni ai servizi di Bpo. Il profitto netto è stato di 5,2 milioni di euro.

L'ATTIVITÀ ONLINE. «Abbiamo lanciato il sito mutuonline.it nel 2000 - spiega Marco Pescarmona, cofondatore e presidente della società - convinti della bontà di un progetto che, sconosciuto in Italia, stava riscuotendo un discreto successo oltreconfine». A distanza di 7 anni, il volume annuo delle richieste di mutui e prestiti personali raccolte è cresciuto rispettivamente a 42.900 e 53.100 unità.

CRESCITA. Il gap con le realtà estere più evolute rimane comunque ampio: «Se in Italia - precisa Pescarmona - la quota di mercato della distribuzione a distanza dei mutui non va oltre il 2,8%, in paesi come Germania e Regno Unito è superiore al 10 per cento». Un ritardo che può amplificare il potenziale del modello proposto dalla futura matricola. «Con riferimento al core business, sono due i driver di

crescita per gli anni a venire. La principale incognita è naturalmente da ricondurre al mercato immobiliare: un aumento delle compravendite di immobili non può che riflettersi in un maggiore volume di mutui erogati. È poi da tenere nel dovuto conto l'evoluzione del contesto normativo che, proprio a inizio 2007, con l'abbassamento degli oneri relativi alla sostituzione di un mutuo in essere, ha fornito nuovi stimoli all'intero comparto». A ben vedere, secondo i recenti dati della Bce, la domanda di mutui in Italia ad aprile è calata del 28% su base annua, contro il -10% registrato a gennaio. Un numero non così confortante che, però, potrebbe essere «contrastato» proprio sfruttando le potenzialità della distribuzione online. «Il ricorso a canali alternativi a quelli bancari sta aumentando e la crescente diffusione dell'accesso al web non può che amplificare simili dinamiche, favorendo appunto gli operatori che, a titolo di banche o di broker, operano online. Si consideri il caso della tedesca Interhyp, il principale competitor europeo: a dispetto di un mercato immobiliare che per diversi anni si è mantenuto su modesti livelli di sviluppo, la società è stata capace di conquistare oltre il 2% del mercato proprio sfruttando l'inespresso potenziale della rete». Oggi, a quasi 2 anni dalla quotazione sul Dax, Interhyp capitalizza oltre 600 milioni di euro e da inizio anno ha guadagnato il 40 per cento.

LA QUOTAZIONE. La struttura patrimoniale del gruppo si poggia soprattutto su risorse proprie, senza una particolare esposizione al debito. «La società - continua Pescarmona - è in grado di finanziare autonomamente la propria strategia di crescita con i flussi di cassa generati dal business. In quest'ottica, il progetto dell'Ipo (un'offerta pubblica di vendita, senza dunque alcuna ricapitalizzazione) è funzionale soprattutto ad accrescere la

visibilità e la credibilità del marchio. Trattandosi di canali piuttosto nuovi, crediamo che una parte della possibile clientela ancora esiti di fronte a un operatore online alternativo ai tradizionali sportelli "reali". L'azionariato post quotazione, a fronte di un flottante pari al 35% (soglia minima per la quotazione sul segmento Star), vedrà il management e i fondatori (che possiedono oltre il 35%) mantenere le proprie quote, mentre a ridurre la partecipazione in portafoglio saranno le società di venture capital Nestor2000 e Jupiter Venture, che scenderanno complessivamente al 23%, o al di sotto del 20% in caso di esercizio della greenshoe.

LA VALUTAZIONE. Prendendo come riferimento (puramente teorico) l'utile 2006 di Interhyp e la sua attuale capitalizzazione, quella di MutuiOnline si dovrebbe aggirare intorno ai 220 milioni di euro.

Il 2006 di Mutuonline

Fonte: società. Dati in milioni di euro

	2006
Attività di brokeraggio	12,8
Business process outsourcing	8,4
Ricavi totali	21,8
Utile netto	5,1
Mutui intermediati (unità)	42.900
Prestiti intermediati (unità)	53.100



MARCO PESCARMONA
pres. Mutuonline